

BRANCHENEINBLICK

Fakten, die über Ihren Erfolg entscheiden.

hauptberuflich Selbstständige (40-50h)

SALES AGENTS

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMER:IN

Das Alter von Unternehmer:innen hat häufig einen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit: Wie viele Jahre Berufs- und Branchenerfahrung hat man bereits aus unselbstständiger Tätigkeit (vor der Gründung), welchen Kundenstamm hat man sich bereits aufgebaut bzw. welche potenziellen Kunden kann man ansprechen? Wie gelingt es, Neukunden ans Unternehmen zu binden?



Späterer Schritt in die Selbstständigkeit.

Viele Unternehmer:innen gehen als Selbstständige in die Pension.

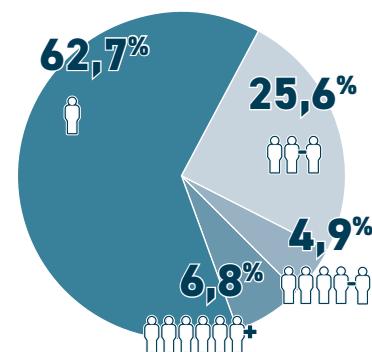
ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

Ein hoher Anteil an jungen Unternehmen deutet auf rege Gründungsaktivität hin. Ein geringer Anteil an Unternehmen, die längerfristig bestehen, kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass kein hinreichend großer Kundenstamm aufgebaut werden kann. Gründungen und Schließungen verändern die Wettbewerbsstruktur innerhalb der Branche.



GRÖSSE DER UNTERNEHMEN (BESCHÄFTIGUNG)

Die Unternehmensgröße kann sowohl gemessen an Personen als auch am Umsatz dargestellt werden.



Rund 63 % der Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen.

alle Angaben in Jahren



GESCHÄFTSMODELL

Das Geschäftsmodell beschreibt die Funktionsweise eines Unternehmens – wie und wodurch es Gewinne macht.



Sales Agents vermitteln **Waren oder Dienstleistungen** als **selbstständige** Gewerbetreibende für ein oder mehrere Unternehmen. Schwerpunktsetzungen werden bei der Auswahl des Sortiments bzw. des Produktbereichs festgesetzt. Nach Vertragsabschluss sind Sales Agents meist auch für die Betreuung der Kunden zuständig (Potential für die Kundenbindung!). Darüber hinaus sind Sales Agents auch für die Zustellung der Waren mitverantwortlich und haben ihren Auftraggeber:innen erforderliche Nachrichten zu geben.

Die **Berufsausübung** erfolgt in den meisten Fällen vom Auto aus. Der Beruf erfordert eine hohe Reisebereitschaft - Sales Agents fahren durchschnittlich knapp 40.000 km pro Jahr. Ein hoher Arbeitsanteil findet direkt bei den Kunden statt - typisch für beratungsintensive Branchen.

Besonders entscheidend für die **Kundenakquise** ist ein ausgeprägtes Wissen über das aktuelle Marktgeschehen und Produktneuheiten, gepaart mit hoher Kommunikations- und Überzeugungsfähigkeit. Eine **hohe Servicequalität** und ein **ausgeprägtes Sales-Talent** erhöhen die Akquisechancen für Stammkunden beträchtlich. „**Mundpropaganda**“ als Akquiseform (speziell bei potenziellen Multiplikatoren im Kundennetzwerk) ist zweifelsfrei ein weiteres zentrales Element im Kundenbeziehungsmanagement – dementsprechend ist auf eine hohe Arbeitsqualität, -flexibilität im Sinne der Kunden zu achten. Das **Kunden-Netzwerk** – mitunter aufgebaut in einer vorherigen unselbstständigen Tätigkeit – ist regelmäßig zu pflegen.

Treffen/Kontaktaufnahmen mit Stammkunden, um über die laufende Geschäftsbeziehung zu sprechen und ggf. neue anzubahnen, sind von großer Bedeutung. Um **langfristig erfolgreich** zu bleiben, ist es wichtig einen USP (Alleinstellungsmerkmal) zu finden und diesen zu perfektionieren - gerade bei zunehmender (Online-)Konkurrenz und Eigenvermarktung der Hersteller.

ARBEITSZEIT DER UNTERNEHMER:INNEN

Die Arbeitszeit der Unternehmer:innen ist gerade bei Ein-Personen-Unternehmen die Basis für die Geschäftstätigkeit. Die Unternehmer:innen müssen sich sowohl um die Kundschaft (Aufträge) als auch die administrativen Arbeiten (Buchhaltung, Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen etc.) kümmern. **Die Anzahl der Arbeitsstunden ist für die Umsatzhöhe ausschlaggebend.**

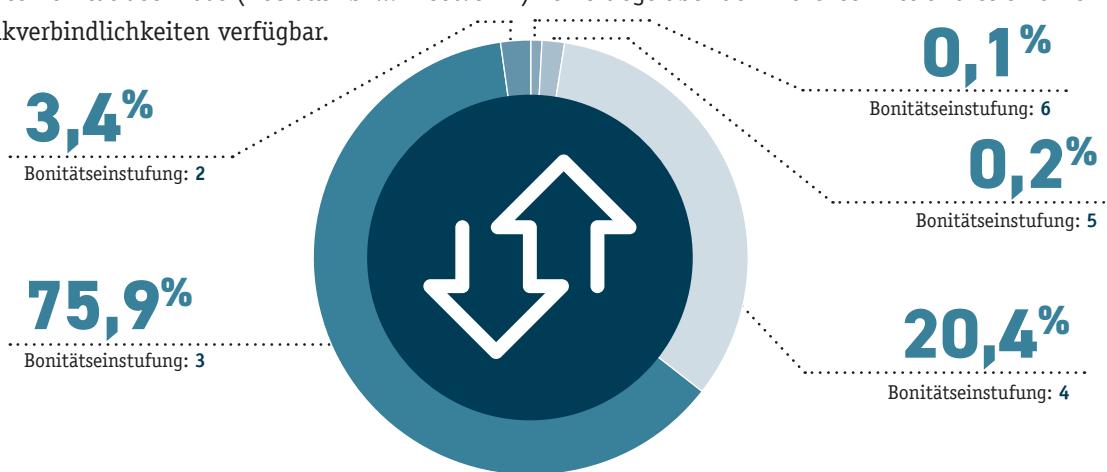


Selbstständige arbeiten in Österreich deutlich länger als unselbstständig Beschäftigte – insgesamt rund 2.100 Arbeitsstunden im Jahr.

Unter Berücksichtigung von Urlaub, Feiertagen bzw. Krankenständen ergibt sich eine typische Arbeitswoche von 50 Arbeitsstunden (gegenüber z.B. 40 Stunden bei einem Vollzeittdienstverhältnis). Der überwiegende Teil der Arbeitszeit (jedenfalls im Ausmaß einer Vollzeitarbeitskraft) ist für die berufliche Tätigkeit für Kunden zu verwenden, der kleinere Teil (wohl max. 20 %) für die weitere administrative Arbeit.

RATING

Das Rating stellt eine Bonitätseinstufung von Unternehmen dar. Es erfolgt eine Einstufung der wirtschaftlichen Lage anhand von Finanzkennzahlen. Die Bonitätsstufen 1 und 2 bedeuten, dass eingestufte Unternehmen ein sehr geringes (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko haben. Die Klasse 3 entspricht einer „durchschnittlichen Bonität“. Die Stufen 4 bis 6 weisen eine sehr schlechte Bonität aus – das (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko liegt über dem Durchschnitt und es sind keine zusätzlichen Bankverbindlichkeiten verfügbar.



BANKVERBINDLICHKEITEN

Bankverbindlichkeiten sind verzinstes, rückzahlbares Fremdkapital, für das typischerweise auch Sicherheiten (z.B. die persönliche Haftung der Unternehmer:innen) übernommen werden muss. Langfristige Bankverbindlichkeiten dienen typischerweise zur Finanzierung von Investitionen. Der Kontokorrentkredit zählt zu den kurzfristigen Bankverbindlichkeiten, hierüber erfolgt vielfach die Finanzierung des laufenden Betriebes.



! Bei einem Jahresumsatz von € 140.000,- wird im Durchschnitt eine Bankfinanzierung im Ausmaß von rd. € 13.400,- in Anspruch genommen.

BREAK-EVEN-UMSATZ - DIE GEWINNSCHWELLE

Der Break-Even-Point ist jener Wert, bei dem die Einnahmen (Umsatzerlöse) den Ausgaben (Gesamtkosten) entsprechen. Über diesem Punkt wird ein Gewinn erwirtschaftet, darunter ein Verlust.

! Auf Basis der Kostenstruktur ergibt sich ein Mindestumsatz von rd. € 140.000,- p.a.

Bei einem angenommenen Umsatz je Kunde in Höhe von € 660,- exkl. USt (sohin € 792,- inkl. USt) erfordert die Erreichung des Mindestumsatzes insgesamt rd. 210 Dienstleistungen/Verkäufe – sohin rd. 1 am Tag. Die Umsätze je Kunde variieren in dieser Berufsgruppe stark, in Abhängigkeit der gewählten Schwerpunktsetzung.

Besonders in der Zeit nach der Unternehmensgründung, in der Aufbauphase des Kundenstammes, aber auch in Urlaubszeiten etc. kann es zu erheblichen Stehzeiten kommen. Ungefähr 70 % - 80 % der aufgewendeten Zeit ist als verrechenbar einzustufen. Die nicht verrechenbaren 20 % - 30 % entfallen auf administrative Tätigkeiten wie Buchhaltung und eigene Werbung.

Neben der Verteilung zwischen Stamm- und Laufkunden ist im Hinblick auf den erforderlichen Kundenstamm (Anzahl der Stammkunden) natürlich die Wiederkaufhäufigkeit pro Jahr relevant - diese liegt bei bis zu 95 %. Abhängig von der Schwerpunktsetzung kann diese Rate auch stärker variieren.



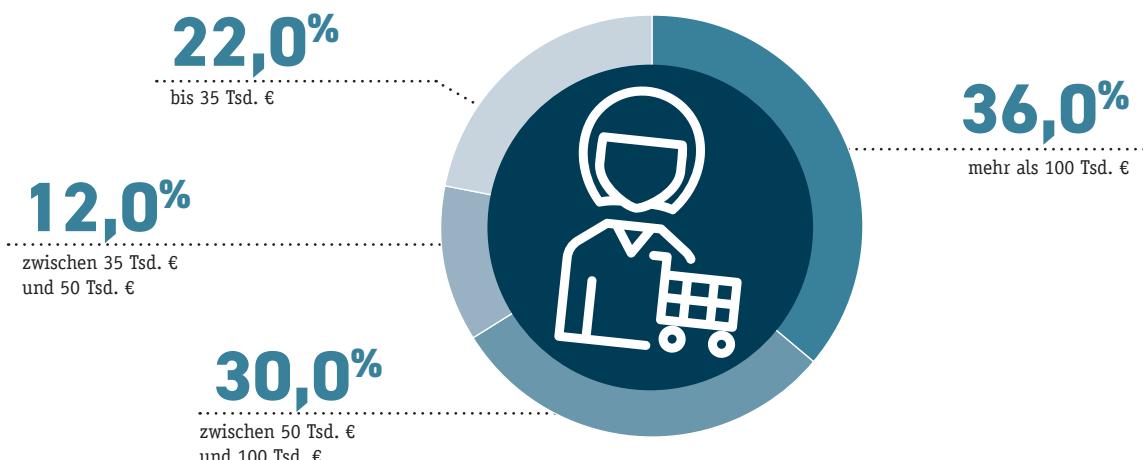
Erforderlicher
Mindestjahresumsatz: € 140.000,-

Arbeitstage	215
Arbeitsstunden (p.a.)	1.720
Mindest-Stundenumsatz Ø	81,-
Annahme: Umsatz je Tag	660,-
Anzahl (Kunden/Jahr)	212
Anzahl (Kunden/Tag)	1

Viele Unternehmen werden die Kleinunternehmerregelung betreffend USt in Anspruch nehmen.

UMSATZNIVEAUS DER UNTERNEHMEN

Die Höhe der Umsätze ist zentral für den nachhaltigen Bestand des Unternehmens. Eine zu geringe Umsatzhöhe kann dazu führen, dass die Kosten nicht zur Gänze gedeckt werden können. Das bedeutet, dass der/die Unternehmer:in nicht zur Gänze das Unternehmerentgelt verdienen.



! Die meisten Unternehmen mit weniger als € 100.000,- sind Ein-Personen-Unternehmen.

KOSTENSTRUKTUR

Es ist zwischen fixen und variablen Kosten zu unterscheiden. Die fixen Kosten fallen an, unabhängig ob das Unternehmen Umsätze erzielt. Es sind die Kosten der Infrastruktur des Unternehmens. Dazu zählen insbesondere die Personalkosten (Entgelt für Arbeitsleistung der Selbstständigen und/oder Beschäftigte) sowie die sonstigen Kosten: Ein überwiegender Teil dieser Kosten betreffen den geschäftlichen genutzten Pkw. Variable Kosten sind abhängig vom Umsatz. Darunter fällt der Material- und Handelswareneinsatz.



Die Branche ist gekennzeichnet von höheren Fixkosten und geringeren variablen Kosten (rd. 15% des Umsatzes).

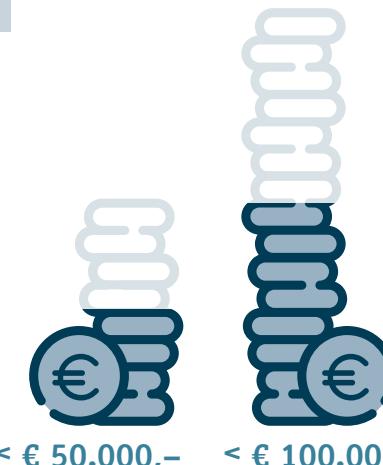
Hohe Fixkosten bedeuten eine hohe Gewinnschwelle (Break-Even-Punkt). Im Branchendurchschnitt betragen die Fixkosten für ein Unternehmen (EPU), welches das gesamte Jahr tätig ist, rund € 124.000,-.

ERTRAGSKRAFT

Die Ertragskraft gibt das Ergebnis der Unternehmen wieder.

Im Durchschnitt sind die Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz nicht in der Lage, das komplette Unternehmerentgelt zu verdienen.

! In der Größenklasse bis € 50.000,- wird im Durchschnitt rund 59 % des benötigten (kalkulatorischen) Entgelts erwirtschaftet.
Bei Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz in der Regel nur 55 %, da fast immer Aushilfen bzw. Teilzeitbeschäftigte benötigt werden.



< € 50.000,- < € 100.000,-

Impressum: Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung Zielgruppenmanagement, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, <http://epu.wko.at>, für den Inhalt verantwortlich: Lukas Sprenger, MSc, BSc, Mag. Roman Riedl, Autor: Mag. Peter Voithofer, Grafik: nw-partner.at, Quellen: KMU Forschung Austria, KSV 1870 Information GmbH, Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich, Interviews mit Unternehmer:innen

WEITERE INFOS UND KONTAKTE

